

# Femmes nord-africaines, plus prolifiques en France que dans leur pays !

écrit par Jean-Paul Saint-Marc | 14 septembre 2023



Pour la jeune musulmane, notion qui n'est jamais évoquée dans l'abaya, cela fait

princesse (saoudienne)...

*Voilà qui va à l'encontre de l'idée, qu'en France, les femmes immigrées réduisent leur natalité...*

*Reste à savoir si l'article concerne la lère génération uniquement...*

*C'est un média algérien relativement intégriste qui l'exprime, ceci à l'occasion de l'affaire de l'abaya...*

En arabe, traduction WEB améliorée.

## **Pourquoi la France va-t-elle perdre la bataille de l'abaya ?**

[Mohammed Salim Qalala](#) 05/09/2023

**La France perdra la bataille de l'abaya, tout comme elle a perdu celle du voile, pour au moins quatre raisons principales :**

– 1 : [La abaya n'est plus là \(?\)](#) Non seulement elle est un symbole du vêtement musulman, mais elle fait également partie d'une mode mondiale appelée Modest Fashion, qui est aujourd'hui une tendance croissante, et les grandes marques internationales s'empressent de s'y adapter : H&M fabriquait une série de différents types de hijabs, et le grand magasin américain Macy's ouvrait des rayons spéciaux pour vendre des vêtements modestes, tout comme les magasins Harrods dans les principales rues de Londres, et Levi's ne voyait d'autre choix que de traiter avec l'influenceur voilé « Taqwa Ben Ali ». » pour promouvoir ses vêtements modestes, tout comme la marque Jean [\(?\)](#). Paul Gaultier avec le même influenceur, et la marque japonaise Uniqlo commercialisent également depuis 2016 tous types de hijabs, c'est ce que propose la marque britannique Marks & Spencer, connue pour ses vêtements modestes, concepteur du burkini, l'a fait et a suivi, sur les traces de

ces grandes marques, d'autres marques non moins connues comme Gabbana, Dolce, Tommy, Hilfiger, DKNY et autres, ce qui signifie que la France s'engage effectivement contre la généralisation croissante du burkini. la tendance des femmes à s'habiller modestement après que la nudité a atteint ses extrêmes les plus hideux et n'attire plus que les homosexuels et les malades des deux sexes...

*On perçoit dans ce premier paragraphe, le mépris de l'auteur pour l'occident. Sa notion de modeste n'est pas liée au coût, mais à la nature de l'habit. Celui-ci montrerait la modestie (= vertu) des femmes...*

*D'ailleurs, si la nudité s'associe pour lui au hideux, on se demande comment cela se passe avec sa (ses) épouse(s). Comme ce fut le cas au summum de la pruderie du 19ème siècle, s'accouple t-il en « baby gros » lui est sa partenaire du moment ?*

L'abaya est devenue un marché mondial et sa valeur ne cesse d'augmenter, selon « Reuters et DinarStandard », de 243 milliards de dollars en 2015 à 270 milliards de dollars en 2017 à 368 milliards de dollars en 2023... Le rapport sur l'économie islamique mondiale postule une progression qui va atteindre 402 milliards de dollars en 2024. Cela signifie que la demande pour ce type de vêtements est croissante dans le monde, et que la France n'a d'autre choix que d'y faire face. Elle n'a donc d'autre choix que de pointer du doigt les pays islamiques, qui ont l'honneur de le faire (*pratique des habits islamiques ?*), comme le Royaume d'Arabie Saoudite, où l'ancien écrivain international français n'a pas hésité (?) .

*Il est sûr que le marché est prêt à toutes les lâchetés ! Les communistes résumaient ainsi la chose, les occidentaux achèteront la corde qui les pendra...*

Les réseaux sociaux se sont remplis de dizaines d'influenceurs qui prônent la simplicité et la pudeur vestimentaire dans les pays occidentaux, ce qui a poussé des marques internationales

comme Valenci et le groupe Inayah à recourir à leurs services (le modèle Dina Tokio en Grande-Bretagne). Les grandes capitales du monde ont également commencé à organiser des semaines de propagande pour cette tendance au vêtement pudique, d'Istanbul à Jakarta et d'Amsterdam à Dubaï. Que peut faire la France, qui s'accroche à son angélisme mort, pour s'y opposer ?

*Effectivement, la France seule contre tous...*

Les chiffres de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) confirment (et c'est le plus important) que la courbe démographique de la société française va vers une domination de l'élément non français au détriment des Français, ce qui signifie que d'autres cultures, notamment arabo-islamiques, connaîtront à l'avenir une tendance ascendante dans la société malgré les tentatives d'« occidentalisation ». Au nom de « Laikiyah ». Dans les statistiques relatives aux prénoms des nouveau-nés, l'institut indique qu'en 2016, 18,8 % des nouveau-nés en France portaient des prénoms arabo-islamiques, par rapport à l'année 1960, où ce pourcentage était nul. Si l'on sait que la fécondité des femmes musulmanes est en augmentation constante ces dernières années, 3,9 pour les femmes algériennes (3 en Algérie), ce qui est le plus élevé, 3,5 pour les femmes tunisiennes (2,4 en Tunisie), 3,47 pour les femmes marocaines (2,2 au Maroc), et 3,12 pour les femmes turques (2 en Turquie).

*Ces chiffres avancés montrent que les femmes nord-africaines, voire les musulmanes, ont une natalité supérieure en France que chez elles, en gros 1 enfant de plus... Je ne vous fais pas un dessin sur les explications... D'autre part, ce journaliste algérien confirme la thèse du GRAND REMPLACEMENT, et en particulier ISLAMIQUE... !!!*

Toutes ces données montrent que la guerre pour l'abaya et la chemise (*kami ?*) en France, et avant cela la guerre contre le voile et le niqab, est une guerre perdue d'abord...

politiquement, économiquement, médiatiquement, culturellement et à tous les niveaux. Y a-t-il un doute à ce sujet ?...

*Pour ce journaliste musulman, l'affaire est jouée...*